

A IDEOLOGIA DO CÂNONE E A MORTE DA CRIATIVIDADE

THE IDEOLOGY OF THE CANON AND THE DEATH OF CREATIVITY

Alexandre Guilherme Montes Silva
Universidade de São Paulo
ale_guilherme@hotmail.com

Resumo

Nesta pequena comunicação são abordados alguns conceitos importantes sobre a natureza da ideia de cânone, em especial sobre a ideia de pertencimento e de legitimação de um cânone musical de grandes obras e grandes compositores. Também o novo conceito desenvolvido por Pascal Gielen sobre a criatividade a serviço do lucro (lu-criatividade) e as ideias de Lipovetsky e Serroy sobre o novo capitalismo artista são aqui apresentados de maneira breve. Na conclusão evidenciam-se os contrastes entre os dois conceitos principais aqui descritos: o cânone e a criatividade.

Palavras-chave: cânone; criatividade; capitalismo artista.

Abstract

In this small communication, some important concepts about the nature of the idea of canon are discussed, in particular about the idea of belonging and legitimation of a musical canon of great works and great composers. Also the new concept developed by Pascal Gielen on creativity at the service of profit (profit-creativity) and the ideas of Lipovetsky and Serroy on the new artist capitalism are presented briefly. In the conclusion the contrasts between the two main concepts described here are evident: the canon and the creativity.

Keywords: canon; creativity; artist capitalism.

O cânone é a regra

O surgimento de um cânone de grandes obras do passado é, segundo afirma William Weber em seu artigo “A história do cânone musical”, uma das transformações mais fundamentais na cultura musical do ocidente (WEBER, 1999). O conceito de cânone como um conjunto de obras consagradas que referenciam a criação musical veio paulatinamente tomando forma, especialmente durante o século XIX, sobretudo a partir da nova posição social do músico autônomo e independente inaugurada por Beethoven, que possibilitou aos músicos da época negociarem com maior liberdade e sucesso os frutos de seus trabalhos, notadamente concertos públicos com venda de ingressos, encomendas para a composição de obras novas e edição de partituras para a venda.

O cânone musical é de tal forma estabelecido e consolidado que se torna difícil compreender de que maneira ele foi criado, e a questão é ainda mais complexa quando qualquer questionamento a ele é imediatamente reconhecido como um ato de rebeldia e até mesmo de despreparo e má-formação daquele que ousa questioná-lo. Johann Sebastian Bach (1685-1750) é canônico, segundo a compreensão do atual “mercado musical”, em cada nota que escreveu ao longo de sua vida, e este tem sido um entendimento quase sagrado dentro da “liturgia musical” tradicional. No entanto, Weber (Ibid.) chama a atenção em seu artigo para o fato de que a falta de perspectiva histórica na análise do surgimento do cânone faz parecer que o seu conjunto de obras foi sempre o atual, unificado e imutável. Quase como se tais obras tivessem um valor artístico e estético em si, independentemente do contexto social e histórico de cada época, ignorando, ou fazendo crer, que as obras e os compositores não estão constantemente sendo alçados à categoria de obra canônica, ou rebaixados dessa mesma condição conforme as mudanças sociais, históricas, estéticas etc. Como é possível verificar nos livros de história da música (até mesmo entre as muitas publicações que compartilham e compactuam com a ideia do cânone de “grandes compositores e grandes obras”, e que muitas vezes se tornam verdadeiras hagiografias – biografias de homens santos), diversos são os casos de compositores que foram bastante questionados durante sua vida e depois esquecidos durante longo

tempo, sendo “redescobertos” anos mais tarde e alçados à categoria de autores canônicos¹. Como se pode perceber ao estudar quais foram os compositores considerados “grandes” ao longo do tempo, o “museu de obras”² consagradas não foi sempre esse de nossa época, e a inserção ou exclusão de determinado autor ou obra passam pelos mais diferentes contextos sociopolíticos. Uma obra de arte jamais se canoniza por si só!

Quando a criatividade vira cosmético

Quando falamos de arte nos vem à cabeça o conceito de criação. Parece ser uma questão consensual que o artista é aquele que cria algo, é aquele que deve buscar ideias novas, soluções incomuns, combinações ainda não exploradas, que deve procurar propor um novo olhar para aquilo ao qual todos já estão com os olhos viciados de ver. A diferença entre o artista e o artesão se dá de maneira clara nessa divisão: o artista busca constantemente o novo, o artesão reproduz “fórmulas” e padrões por longos períodos, às vezes por toda a vida ou até mesmo por vidas e gerações de um determinado grupo social.

A partir do conceito de criação chegamos à ideia de criatividade (a atividade daquele que cria). Segundo Pascal Gielen, a palavra

1 Talvez o exemplo mais famoso desse processo de “redescoberta póstuma” seja o caso do próprio Johann Sebastian Bach, que ao longo da vida foi muitas vezes questionado pela complexidade de seu estilo de composição contrapontística e que, anos após sua morte, teve sua obra “redescoberta” e alçada à categoria máxima do cânone musical por meio do incentivo do compositor Felix Mendelssohn (1809-1847) (GROUT; PALISCA, 2007).

2 Lipovetsky e Serroy (2015, p. 22-23) comentam sobre o surgimento do museu e percebemos o quanto esse conceito se aplica também ao “museu da música”: “Tal sacralização da arte é muito bem ilustrada na invenção e no desenvolvimento da instituição museológica. Extraíndo as obras de seu contexto cultural de origem, cindindo-as de seu uso privado e à coleção pessoal, mas oferecendo-as ao olhar de todos, o museu encena o valor propriamente estético, universal e atemporal delas, ele transforma objetos práticos e/ou culturais em objetos estéticos que devem ser admirados, contemplados por si mesmos, por sua beleza que desafia o tempo. Lugar de revelação estética destinada a dar a conhecer obras únicas, insubstituíveis, inalienáveis, o museu tem o encargo de torná-las imortais. Dessacralizando os objetos culturais, dota-os em contrapartida de um estatuto quase religioso, devendo as obras-primas ser isoladas, protegidas, restauradas, como testemunhas do gênio criativo da humanidade. Espaço de fetichização destinado à elevação espiritual do público democrático, o museu é marcado por ritos, solenidades, certo clima sacral (silêncio, recolhimento, contemplação): ele se impõe como templo laico da arte”.

mágica dos dias de hoje é criatividade, e não somente referente ao trabalho de artistas, no mundo contemporâneo e transestético também as atividades de gestores, políticos, terapeutas familiares, mediadores de conflitos, etc., são chamadas à ação criativa (GIELEN, 2015)³. Gielen, no entanto, faz uma crítica ao moderno conceito de criatividade que, segundo ele, foi substituído pelo novo conceito de “lu-criatividade”, a criatividade unicamente a serviço do lucro e restrita a parâmetros comerciais muito específicos que nada têm a ver com a criatividade do artista interessado unicamente (ou majoritariamente) em suas próprias referências ideológicas e estéticas, artista esse já praticamente inexistente em nosso tempo, devido sobretudo aos meios de circulação, divulgação e apropriação de seu trabalho artístico e das novas formas do mercado cultural, globalizado e hiperestético.

Também Lipovetsky e Serroy fazem uma crítica à maneira como o sistema capitalista adotou o elogio da criatividade e da estética artística para potencializar o consumo:

No decorrer da sua história secular, as lógicas produtivas do sistema mudaram. Não estamos mais no tempo em que produção industrial e cultural remetiam a universos separados, radicalmente inconciliáveis; estamos no momento em que os sistemas de produção, de distribuição e de consumo são impregnados, penetrados, remodelados por operações de natureza fundamentalmente estética. O estilo, a beleza, a mobilização dos gostos e das sensibilidades se impõem cada dia mais como imperativos estratégicos das marcas: é um modo de produção estético que define o capitalismo de hiperconsumo. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 13)

3 Também em Lipovetsky e Serroy (Ibid., p. 29) encontramos algo a respeito: “Os termos utilizados para designar as profissões e as atividades econômicas também trazem a marca da ambição estética: os jardineiros se tornaram paisagistas; os cabeleireiros, hair designers; os floristas, artistas florais; os cozinheiros, criadores gastronômicos; os tatuadores, artistas tatuadores; os joalheiros, os artistas joalheiros; os costureiros, diretores artísticos; os fabricantes de automóveis, ‘criadores de automóveis’. Frank Gehry é celebrado em toda parte como um arquiteto artista. Até certos homens de negócio são pintados como ‘artistas visionários’ (Steve Jobs). Enquanto se deflagra a concorrência econômica, o capitalismo trabalha para construir e difundir uma imagem artista de seus atores, para articular as atividades econômicas. A arte se tornou um instrumento de legitimação das marcas e das empresas do capitalismo”.

A partir da apropriação do conceito de arte pelo sistema econômico o mundo do século XX (e mais acentuadamente do século XXI) passa a conviver com um novo modelo de ordem do comércio mundial: o capitalismo artista. Nele, “depois da arte-para-os-deuses, da arte-para-os-príncipes e da arte-pela-arte, triunfa agora a arte-para-o-mercado” (Ibid., p. 28). Nesse novo mundo a criatividade, por mais paradoxal que possa parecer, encontra cada vez menos espaço. Não aquela forma de criatividade que se dedica ao comércio obviamente, mas sim aquela que projeta uma embalagem ou que procura das mais variadas formas (teatrais, gráficas, sonoras, etc.) seduzir o consumidor para a compra. A criatividade que perde espaço é a da criação não aplicada, do experimentalismo livre, aquela que ousa ir além dos parâmetros tidos como “normais” e aceitáveis e que tem um grande poder de revolução da ordem das coisas. A criatividade do capitalismo artista tornou o mundo mais estético mas não tornou nossa vida mais bela.

Quando o cânone e a criatividade se chocam

Pensar a criatividade à luz do cânone seja talvez hoje quase um contrassenso. Como aliar o conservadorismo à inovação? A regra à não regra, ou à nova regra? E o que dizer da busca dos novos artistas para adentrarem os “museus de grandes obras” e escreverem seu nome no “livro sagrado dos gênios”, quando o material de sua criação artística não pretende mais apenas ser compartilhado com seus contemporâneos, mas sim encontrar lugar na eternidade junto aos grandes até o final dos tempos...

O paradigma imposto aos novos artistas pelo cânone é fortíssimo. Se opor a ele, ou até mesmo tentar ignorá-lo, não o faz menos forte e presente, pelo contrário, pois a força do cânone está na consagração social conquistada ao longo de séculos. Como já explicado, ele, o cânone, não é imutável e eterno, está na verdade em constante movimento, mas nem por isso sua ação deixa de ser determinante como parâmetro compulsório para a criação artística.

O sonho do capitalismo, como diz Bourdieu, é a realização do produto *omnibus*, um produto “ideal”, capaz de ser comercializado a todas as pessoas independentemente de seu perfil, ao mesmo tempo, em

qualquer momento e em qualquer parte do mundo (BOURDIEU, 2001). A pasteurização mais completa e esterilizante que se possa conhecer.

Com o novo capitalismo artista apontado por Lipovetsky e Serroy talvez a criatividade e a arte estejam também seguindo nesse mesmo caminho, buscando fórmulas de consagração por meio do capital e do prestígio (capital social). O cânone artístico, em sua constante mutação e em seu conservadorismo atroz, talvez também esteja absorvendo elementos desse novo momento do mundo econômico e o futuro poderá apontar quais serão os caminhos que a arte e a criatividade encontrarão para romper essas fortes amarras e quais serão os próximos desdobramentos do mundo econômico e social. A “lu-criatividade”, definida por Gielen, tem sido uma tônica imperativa na lógica desse novo capitalismo artista, ditando a maioria das regras (e dos cânones) nesse novo mundo transestético. Estejamos atentos a esse movimento e aos desdobramentos que dele virão. Por hora, criemos.

Referências

BOURDIEU, Pierre. *Contrafogos 2: por um movimento social europeu*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

GIELEN, Pascal. *Criatividade & outros fundamentalismos*. São Paulo: Annablume, 2015.

GROUT, Donald Jay; PALISCA, Claude Victor. *História da música ocidental*. Lisboa: Gradiva, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

WEBER, Willian. The history of musical canon. In: COOK, Nicholas; EVERIST, Mark. *Rethinking music*. Oxford: Oxford University Press, 1999. p. 336-355.

Sobre o autor

Alexandre Guilherme é mestrando em música pela ECA/USP onde realiza pesquisa sobre as óperas da compositora Jocy de Oliveira, sob orientação do professor Dr. Marcos Câmara de Castro. Possui especialização em educação musical, bacharelado em regência coral e licenciatura em música, além de formação em composição musical tendo aulas com os professores Matheus Bitondi, Júlio Cesar de Figueiredo, Antônio Ribeiro e Celso Mojola, todas formações realizadas pela Faculdade Cantareira em São Paulo. Fez parte da terceira turma do curso Antropomúsica (curso de base antroposófica que discute as relações entre o homem e a música segundo as ideias do educador Rudolf Steiner), tendo aulas com Marcelo Petraglia e Meca Vargas. Atualmente atua como supervisor educacional do projeto Guri nas áreas de Canto Coral, Iniciação Musical, Fundamentos da Música e Piano. Como diretor musical possui mais de 20 direções de peças teatrais de diferentes grupos, destacando-se direções realizadas na EAD (Escola de Arte da Dramática/USP) e nas companhias *Histórias para Helena*, *BoadaPeste Companhia de Teatro* e *Cia Lúdicos de Teatro Popular*.

Recebido em 27/02/2018

Aprovado em 26/03/2018